



Het Keuzediët

Afvallen zonder moeite

Het Keuzedieet

Het Keuzediët

Afvallen zonder moeite

ELISABETH LANGE

4e druk, januari 2017

© Copyright 2011 Stiftung Warentest, Berlijn

© Copyright 2017 Consumentenbond voor deze Nederlandse editie

Auteursrechten op tekst, tabellen en illustraties voorbehouden
Inlichtingen Consumentenbond

Auteur: Elisabeth Lange

Fotografie: Knut Koops

Oorspronkelijk ontwerp: Florian Brendel (Büro Brendel)

Vertaling: Georgie Dom

Verder werkte mee: Ineke Smit (Consumentenbond)

Eindredactie: Georgie Dom, Vreni van Unen

Grafische verzorging: Het vlakke land, Puur Publishers

ISBN 978 905951 3495

NUR 443

Behoudens uitzonderingen door de wet gesteld, mag zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op het auteursrecht c.q. de uitgever van deze uitgave, door de rechthebbende(n) gemachtigd namens hem op te treden, niets uit deze uitgave worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, hetgeen ook van toepassing is op de gehele of gedeeltelijke bewerking.

De uitgever is met uitsluiting van ieder ander gerechtigd de door derden verschuldigde vergoedingen voor kopiëren, als bedoeld in artikel 17 lid 2, Auteurswet 1912 en in het KB van 20 juni 1974 (Stb. 351) ex artikel 16B Auteurswet 1912, te innen en/of daartoe in en buiten rechte op te treden.

Hoewel de gegevens in dit boek met grote zorgvuldigheid zijn bijeengebracht, aanvaardt de uitgever geen aansprakelijkheid voor eventuele (zet)fouten of onvolledigheden. De uitgever heeft ernaar gestreefd de rechten van derden zo goed mogelijk te regelen; degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich tot de uitgever wenden.

INHOUD

GOEDE MAALTIJDEN

- 12 De veldslag om onze maag
- 16 Appelvorm of...
- 17 ... peervorm?
- 18 Mijn energiebalans
- 20 20% minder eten
- 22 Dat maakt slank
- 24 Denk 'slank'
- 28 Half bord vlees?
- 29 Half bord groente!
- 30 Gevoelens en gewicht
- 33 De 10 beste calciumbronnen
- 34 Vet een dikmaker?
- 36 Magische vetverbranders?
- 37 Spieren kweken!
- 38 Minder eten – meer vitamines
- 39 Top-9 foliumzuur
- 40 Voedingssupplementen?
- 41 Bont boodschappenmandje!

HET ONTBIJT

- 44 Maaltijd voor de lijn
- 48 Melk, kwark en kaas
- 50 Volle melk?
- 51 Karnemelk!
- 52 Startkabel voor slechte ontbijters
- 54 Dieetmargarine?
- 55 Lightmargarine!
- 56 Meer vezels, minder calorieën

- 57 Top-9 vezels
- 62 Bijenhoning?
- 63 Vruchtenstroop!
- 64 Hazelnootpasta?
- 65 Halvajam!
- 66 Krachtkoren?
- 67 Volkoren!
- 68 Nieuwe knäckebrödsoorten?
- 69 Knäckebrödklassiekers!
- 70 Croissants?
- 71 Microcroissants en brunchbroodjes!
- 72 Krokante muesli?
- 73 Gewone vlokkenmuesli!
- 74 Gesuikerde ontbijtgranen?
- 75 Volkorencornflakes!
- 76 Belegd broodje?
- 77 Volkorensandwich!
- 78 Fastfood-eieren?
- 79 Eieren uit eigen keuken!

DE LUNCH

- 82 Alternatieve smeersels
- 84 Pesto?
- 85 Chutney, miso en Ajvar!
- 86 Vegetarische smeersels?
- 87 Op groentebasis!
- 89 Over de salade
- 90 Sappig: rauwkost op brood
- 92 Worst?

- 93 Ham!
- 94 Harde kaas?
- 95 Zachte kaas!
- 96 Krabsalade?
- 97 Gerookte vis!
- 98 Kunstkrab?
- 99 Echte haring!
- 100 Antipasti?
- 101 Tafelzuur!
- 102 Kant-en-klare aardappelsalade?
- 103 Zelfgemaakt!

DE WARME MAALTIJD

- 106 Koken voor de lijn
- 108 Vinaigrette?
- 109 Vetvrije dressing!
- 110 Dressing uit een fles?
- 111 Dressing uit een zakje!
- 112 Scherpe chilikruiden
- 114 Het kleine kruidenboek
- 116 Goed vlees
- 117 Top-9 vlees
- 118 Kaas of quorn?
- 119 Tofu!
- 120 Gemarineerde steak?
- 121 Pure steak!
- 122 Kant-en-klare gehaktbal?
- 123 Karbonade!
- 124 Witte barbecueausen?
- 125 Rode sauzen!
- 127 Peulvruchten
- 130 Vissticks?
- 131 Pure vis!

- 134 Voor in de soep
- 136 Béchamelsaus?
- 137 Blender voor saus!
- 138 Echte hollandaise?
- 139 Hollandaise uit een pakje!
- 140 Carbonara?
- 141 Al pomodoro!
- 142 Witte rijst?
- 143 Zilvervliesrijst!
- 144 Aardappel in folie?
- 145 Aardappel in de schil!
- 146 Pasta?
- 147 Volkorenpasta!
- 148 Frietjes?
- 149 Zelfgebakken aardappels!
- 150 À la crème met kaas?
- 151 Pure diepvriesgroente!
- 152 Diepvriespizza?
- 153 Zelfbelegde pizza!
- 154 Crèmedessert?
- 155 Vers fruit!

TUSSENDOR

- 158 Voors en tegens van tussendoor
- 160 Calorievrije tijden
- 165 Gecamoufleerde zoetheid
- 166 Braadworst?
- 167 Schaschlik!
- 168 Broodje gebakken vis?
- 169 De originele döner kebab!
- 170 Broodje kroket?
- 171 Broodje hamburger!
- 172 Tortillachips met rode saus?

- 173 Popcorn!
- 174 Klassieke sandwich?
- 175 Sandwich met bite!
- 176 Deens kersengebak?
- 177 Kant-en-klare taartbodem!
- 178 Kant-en-klare koekjes?
- 179 Eigen bakmixvariatie!
- 180 Mueslirepen kopen?
- 181 Mueslirepen bakken!
- 182 Yoghurtchocolade?
- 183 Pure chocolade!
- 184 Toffees
- 185 Winegums!
- 186 Mega-ijs?
- 187 Vruchtenijs!
- 188 's Avonds verstandig eten
- 189 Flop-9 borrelhapjes

DRANKJES

- 192 Drinkmythes
- 196 Smoothies?
- 197 Eigen mix!
- 198 Frisdrank?
- 199 Fruitwater!
- 200 Frisdranken
- 201 Vloeibare suiker
- 204 Kruidenthee
- 206 De calorische valkuil van alcohol
- 207 Alcohol
- 208 Zwaar bier?
- 209 Maltbier!
- 210 Instantkoffie?
- 211 Echte koffie!

- 212 Drinkchocolade?
- 213 Eigen cacaomix!
- 214 Bij dorst eten?
- 215 Zuiver water!
- 216 Register



ZO WERKT HET KEUZEDIEET

Wie wil afvallen en daarna slank wil blijven, kan niet om een gezonde en ontspannen leefstijl heen. Precies daarom draait het in het Keuzedieet.

ONGEMERKT PONDEN KWIJTRAKEN

Niemand wil dat zijn hele leven in het teken van afvallen staat. Als je je continu bezighoudt met voeding en daarbij steeds aan regeltjes en verboden denkt, wekt dat alleen maar innerlijke weerstand en meer eetlust op. Daarom dringt het Keuzedieet zich niet op de voorgrond. Het stimuleert het plezier in goed eten, zonder knellende voorschriften. Het biedt eerder praktische richtlijnen voor het leven van alledag, voor boodschappen doen en koken. Voor het langetermijneffect op de weegschaal is het niet doorslaggevend om eet-instructies op te volgen. Effectief zijn juist ook de kleine veranderingen in het gedrag. Die kosten nauwelijks moeite en als je je er

Staan
vet of suiker bij
een ingrediëntendeclaratie
helemaal vooraan, dan
weet u dat u te maken heeft met
een product dat niet goed is voor
uw lijn. Laat liggen dus! Zulke
producten zult u vaak terugvinden
op de linkerpagina van
dit boek. Daar staat wat
ongunstiger is.

geduldig aan houdt, veranderen ze na enkele maanden in een prettige gewoonte. Op deze manier verdwijnen overtollige ponden geleidelijk en tussen neus en lippen door, zonder dieetstress en jojo-effect.

VERRASSEND PRINCIPE

Bij het Keuzedieet is niets 'toegestaan' en niets 'verboden'. Maar wie verborgen vetten, suiker- en luxecalorieën bij het inkopen en eten vermijdt, wordt snel beloond. Het Keuzedieet vertelt hoe u waardevolle levensmiddelen, die goed voor het figuur zijn, in één oogopslag onderscheidt van ongunstige producten. Bovendien helpen de slimme recepten bij het koken.

SIMPEL CONCEPT

Bij het Keuzedieet draait het om gewoon eten, maar dan op basis van slimme keuzes.

Extra veel
VEZELS

30%
calorieën
**DOOR
SUIKERS**

Dit boek helpt u daarbij door de minder goede keuze op de linkerpagina te zetten en op de pagina ernaast het betere alternatief.

Om het boek niet onnodig moeilijk te maken, is de energiewaarde van levensmiddelen in calorieën aangegeven, zoals dat in het spraakgebruik immers ook het geval is. Daarmee worden natuurlijk kilocalorieën bedoeld.

De vermelde calorie- en voedingswaarden slaan op 100 gram respectievelijk 100 milliliter van het betreffende voedingsmiddel, behalve waar ze per stuk of per portie zijn aangegeven. Het gaat om gemiddelden, gebaseerd op de gegevens van veel individuele producten. Het vermelde percentage energie uit vet of suiker maakt het vergelijkbaar van levensmiddelen gemakkelijker.

Vooraf omdat het aandeel van deze calorierijke dikmakers vaak veel hoger is dan u denkt. Let hier goed op als u calorieën wilt minderen. U zult na enige tijd merken hoe positief dit voor uw lijn uitpakt! Ook de tips over hoeveel calorieën u door

Meer eiwit,
MINDER VET

de keus van een gezonder product kunt besparen, zullen vaak heel motiverend zijn. Zoals gezegd: vaak heeft dit betrekking op 100 gram of 100 milliliter van een levensmiddel, of – waar dat erbij staat – op een portie of een stuk.

NOG EVEN DIT

Dit boek is een vertaling van het Duitse boek 'Die Nebenbei-Diät', een zeer succes-

volle uitgave van de

Duitse Consumentenbond.

Deze Nederlandse editie is tot stand gekomen door samenwerking tussen de Consumentenbond en het Voedingscentrum. Waar mogelijk hebben wij feiten die voor de Duitse bevolking gelden aangepast aan de Nederlandse situatie. En

typisch Duitse gerechten zijn vervangen door producten die in Nederland goed verkrijgbaar zijn.

Veel van de keuzes in dit boek zijn op het aantal calorieën gebaseerd, maar er zijn meer factoren die bepalen of een product gezond en geschikt voor afvallen is. Die hebben wij zo veel mogelijk in de voorbeelden verwerkt.

Vitaminerijke
rauwkost of een goedvul-
lende volkorenboterham met
magere vleeswaren? Helemaal
goed! Deze levensmiddelen vindt u
in het boek op de rechterbladzijde.
Verrassing: ook wie graag eens
een hamburger of een stuk ker-
sentaart lust, kan daarmee
afvallen.

De voedings-
waarden in dit boek
zijn grotendeels geba-
seerd op de actuele software
**PRODIERNÄHRUNGS- UND
DIÄTBERATUNGSPRO-
GRAMM**, versie 5,7, en
op gegevens van
fabrikanten.

70%
calorieën
**UIT KOOLHY-
DRATEN**

SCHIELT
450
CALORIEËN

Goede maaltijden

Uitgebreid eten hoort erbij tijdens feestdagen. Alleen al deze extra calorieën kunnen door de jaren heen voor gewichtstoename zorgen. Maar dat risico is nog groter bij de calorieën die we iedere dag te veel eten zonder dat we dat doorhebben. Ze kunnen dramatische gevolgen voor uw lijn hebben.

DE VELDSLAG OM ONZE MAAG

Overtollige pondjes kunnen zowel persoonlijke als sociale oorzaken hebben. Een daarvan: voedsel is nog nooit zo goedkoop geweest. Een tweede: overal zien we reclame voor eten en drinken. Ten derde: onze jacht op koopjes maakt dik. Aanbiedingen verleiden ons om meer te kopen, en ook meer te eten. Iedereen die wil afvallen, doet er goed aan niet de prijs de doorslag te laten geven, maar de kwaliteit. Het motto is: koop de helft en eet dubbel zo goed!

KOOP JE GELUKKIG

De levensmiddelenindustrie hanteert steeds vaker reclamecampagnes die aan ons gevoel appelleren, door positieve prikkels (muziek, emoties) aan zijn producten te koppelen. Als dit maar vaak genoeg gebeurt, leren we het product daarmee te associëren, waardoor we ook het product zelf positiever gaan ervaren. Vaak hebben zulke emoties niets met dat product te maken. We worden op onze gevoelens aangesproken om onze aandacht te trekken en ons te verleiden meer te consumeren.

En we zijn vaak een willig slachtoffer. Want stress en zorgen bieden we graag het hoofd met speciale beloningen. Daarbij vallen we terug op calorierijke troost als drankjes of zoetigheden, waar we steeds naar verlangen als het leven weer eens onaardig is geweest.

GEDEMPTE LICHT EN ACHTERGRONDMUZIEK

De boodschap die ons via de levensmiddelenreclame overal tegemoet schalt, is: eet, verwen jezelf! Calorierijke levensmiddelen worden graag als troost voor de ziel en antistressmiddel gepropageerd. Deze manier van verleiden is het meest effectief als we helemaal niet doorhebben dat we verleid worden om zo'n product te kopen. Als onze magen stevig gevuld zijn, moet iedere verkoper van voedsel zijn concurrent uit ons winkelwagentje zien te krijgen om hem zo marktaandeel af te snoepen. Dat is een van de redenen waarom we in supermarkten worden verleid met aange-naam licht, zachte achtergrondmuziek en de geur van vers gebak. De winkels doen hun uiterste best om ons verblijf zo aange-naam mogelijk te maken.



Iemand die gezellig tussen de schappen rondloopt, koopt vaak meer dan iemand die de kortste weg naar de kassa zoekt. Grote winkelwagens zorgen ervoor dat zelfs veel boodschappen erin verloren lijken. Handzame winkelmandjes die door het dragen duidelijk maken dat je veel aan het kopen bent, zijn vooral bij discounters minder makkelijk te vinden.

Bovendien is de indeling van de levensmiddelen psychologisch zorgvuldig uitgedacht. Groente en fruit bij de ingang zorgen ervoor dat de hele winkel een 'verse'

Waarom strijden fabrikanten en supermarkten voortdurend om de gunst van onze maag? Het antwoord is simpel: ze willen hun afzetmarkt vergroten. Daarbij lopen ze tegen een aantal problemen aan:

1. Het gezondheidsbewustzijn groeit; veel mensen willen afvallen en eten bewust en gematigd.
2. Het aandeel oudere mensen (die minder eten) groeit.

indruk wekt. Speciale lampen laten kaas en vleeswaren er extra verleidelijk uitzien, en op veel plekken wordt de pas vertraagd door stapels aanbiedingen. Ze zijn daar welbewust geplaatst en niet omdat er elders geen plek voor was... Als de klant zich eromheen wurmt, kijkt hij er noodgedwongen naar en is de kans groter dat hij het gaat kopen zonder dat hij dat van plan was.

Ook de opstelling en indeling van de supermarkt (denk aan lange gangen) zorgen

Neuromarketing

Bij het kopen van levensmiddelen volgen we ons gevoel en onze gewoontes. Fabrikanten en winkeliers hebben daarom het belang van hersenonderzoek ontdekt. Ze benutten nieuwe wetenschappelijke inzichten om ons tot kopen te stimuleren. Via toepassing van informatie uit hersenonderzoek proberen ze ons inkoopgedrag te beïnvloeden.

Wie de prikkels uit de weg gaat en zich zo min mogelijk van reclame aantrekt, zal het letterlijk én figuurlijk minder zwaar hebben bij het kopen van producten die goed voor de lijn zijn. In een wereld vol onnodige calorieën moeten we leren bewust te kiezen.

ervoor dat we langs minder interessante producten lopen. Met als resultaat: we kopen dingen die we misschien helemaal niet nodig hebben. En deze overvloed aan calorieën belandt vroeg of laat in onze maag. Wat we kopen, bepaalt uiteindelijk wat en hoeveel we eten.

Daarom helpt het om het volgende te weten.

REGEL 1: BLIJF KRITISCH

Veel mensen vragen zich bij de kassa af hoe een nieuw product of een snack in vredesnaam in hun winkelwagentje terecht is gekomen. Dat komt zo: reclame appelleert aan een onbewust proces, bijvoorbeeld ons vertrouwen in een 'voorproever'. Wat familie of vrienden al hebben geprobeerd of wat zij lekker vinden, kopen we liever dan iets onbekends. Toch moet u niet gelijk toehappen als die aardige televisiekok iets aanprijst. Hij wordt daar vaak voor betaald. En als zo'n bekendheid iets werkelijk lekker vindt, hoeft dat niet automatisch goed voor uw lijn te zijn.

REGEL 2: MAAK EEN BOODSCHAPPENLIJSTJE

Om de verkoopstrategieën van supermarkten weerstand te kunnen bieden, helpt maar één ding: bepaal thuis eerst rustig wat u werkelijk nodig heeft, wat u echt wilt eten en drinken. De belangrijkste bescherming tegen te veel calorieën is een doordacht boodschappenlijstje.